

Актуальность проблемы бизнес - образования в Украине.

Начиная с весны 1989 года в странах Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) стали происходить исторические изменения. В 1991 году Украина приобрела независимость и присоединилась к этим историческим изменениям, имея большие надежды относительно еще неизведанного будущего.

В настоящий момент Украина все еще находится в состоянии социальных и экономических преобразований на пути к рыночной экономике. Объединенные внутренние и внешние ресурсы должны были заложить основы для здоровой рыночной экономики и демократической политической системы. Эти два краеугольных камня независимости напрямую зависят от человеческого капитала. Опыт наиболее экономически развитых стран показывает, что большая часть их богатства и мощь экономик определяются человеческим капиталом. Для обеспечения своего процветания развитые страны осуществляют большие инвестиции в системы образования.

Как свидетельствуют десятилетний опыт стран ЦВЕ, образование является одной из основных составляющих поддержки переходного периода и уменьшения негативных реакций, вызванных старой системой. Только образованные люди могут понять исторические преимущества изменений и принимать осознанные решения в текущем демократическом процессе. Образование является не менее важной частью и для перестройки неэффективных экономических структур и выведения их на конкурентоспособный уровень на мировых рынках. Эта роль особенно важна в области экономических и управленческих знаний, которые создают новый человеческий капитал, необходимый для успеха экономических преобразований.

В течение многих лет учебные заведения Украины давали качественные знания по курсам наук физико-математического направления, и инфраструктура образования поддерживала командную экономику. Эта модель, однако, малоэффективна в условиях перехода к рыночной экономике. Что необходимо Украине сейчас, так это быстро развивать организатор-

ские и управленческие таланты, необходимые для компетентной деятельности в мировой экономике и на рынке свободного труда. Развитие управленческих умений требуется Украине для усиления своего человеческого капитала. Для успешного завершения переходного периода крайне необходимы мыслящие по-новому руководители в области управления бизнесом, предприятиями, экономикой. Бизнес-образование является решающим фактором в этом процессе, когда оно объединяет ряд элементов, необходимых для успешной работы организаций и предприятий. Современная экономика, которая строится на основе знаний, и дальше будет требовать высококвалифицированных менеджеров.

Единственным путем осуществления этого процесса является инвестирование в человеческий капитал через постоянное повышение уровня образования руководителей предприятий, современных управленцев и студентов, которые станут управленцами завтра.

Одной из важнейших проблем в Украине остается недостаток понимания того, что такое бизнес-образование и как оно может передать необходимые навыки непосредственно на рабочие места. Ведь умения создавать прибыльные компании, производить качественную продукцию и оказывать необходимые услуги, повышая свои доходы, требуются и бизнесу, и промышленности.

В современной экономике, где даже целиком достоверный факт подвергается сомнению, одним из действующих конкурентных преимуществ являются знания. На рынке, где все быстро изменяется и действует глобальная конкуренция, продукт становится устаревшим чуть ли не за одну ночь, успешными становятся те компании, которые постоянно генерируют новые знания, распространяют их на всю организацию и быстро внедряют в новые технологии и продукты. Этими показателями определяется «компания, которая создает знания», и ее миссией являются постоянные инновации.

Со времен Фредерика Тейлора и до Герберта Саймона взгляд на организацию как на машину для «обработки информации» глубоко укоренился в традиционном западном менеджменте. В соответствии с этим взглядом единственно полезные знания - это формальные, систематические: четкие факты, кодированные процедуры, универсальные принципы. Поэтому и шкала для измерения их ценности целиком понятна – достигнутая эффективность, низкие затраты, прибыль от вложенных инвестиций.

Но существует и другой путь рассмотрения роли знаний в бизнес-организации. Он определяется одной общей чертой наиболее успешных японских компаний, таких как Honda, Matsuchita, NEC, Sharp и Kao. Эти компании стали известными благодаря способности быстро реагировать на потребности рынка, модифицируя существующие и разрабатывая целиком новые товары, благодаря созданию новых рынков и монополии на новейшие технологии. Секрет этого успеха заключается в уникальном подходе к управлению созданию новых знаний. Рассмотрим несколько примеров.

Почему пивная банка явилась наиболее полезной аналогией по отношению к созданию персонального копировального устройства? Именно эта аналогия способствовала осуществлению моментального прорыва – разработке и внедрению в производство революционного мини-копировального аппарата фирмой Canon, которая сосредоточилась на сфере офисной автоматизации, отказавшись продолжать свой умирающий бизнес по производству видеокамер.

Что можно сказать о значении слова «оптоэлектроника», внедренного инженерами, которые занимаются созданием новых товаров? Под этой маркой фирма Sharp обрела репутацию творца «первых продуктов», что означало завоевание новых технологий в производстве электроники: от цветных телевизоров до дисплеев на жидких кристаллах.

В основу японского подхода положено понимание того, что создание новых знаний – это не просто обработка объективной информации. Оно зависит от интуиции, прогноза, предвидения производителей и возможно-

сти использования соответствующих материалов организацией как единым организмом. Ключ к этому процессу – личная обязанность работника, его восприятие себя частью организации, принятия ее миссии.

Многие японские компании эффективно применяют еще один подход к знаниям, который также опирается на фундаментальную парадигму: компания – не машина, а живой организм. Компания подобна личности, она может иметь коллективное чувство общности и общей цели. Компания является организационным эквивалентом индивидуального знания – благодаря широко распространенному пониманию того, для чего существует компания, что она хочет делать дальше, в какой среде хочет существовать и, самое важное, как сделать эту среду реальностью. Следовательно, высокоэффективные организации работают как единое целое, стремятся развивать способности своего персонала и создают все условия и стимулы для реализации этих способностей в процессе достижения целей организации.

Организация – это, прежде всего люди, коллектив. Как и в любом коллективе, в организации имеются свои лидеры, личностные и профессиональные качества которых в значительной степени определяют эффективность организации. Те лидеры, которые преуспели в том, чтобы убедить людей направить свои силы на достижение коллективной цели, добиваются выдающихся результатов, удваивая и утраивая их, даже в отраслях с жесткой конкуренцией. Роль лидера особенно возрастает в условиях быстро меняющегося спроса, когда традиционные строгие методы прогнозирования этих изменений перестают быть эффективными. В соответствии с известной формулировкой «управлять - значит предвидеть» низкая достоверность прогнозов означает плохое управление. В этих условиях способность лидера к целостному видению идеального образа организации, его способность убедить коллектив в привлекательности этого образа и повести людей за собой, становятся необходимым условием успеха организации. В литературе, посвященной исследованиям факторов успеха организации, эти качества лидера называются стратегическим лидерством. Таким

образом, высокоэффективные организации отличаются способностью лидера к стратегическому лидерству, а одна из целей таких организаций заключается в развитии данного качества.

Высокоэффективные организации придерживаются гуманистической или инновационной парадигмы экономического развития, которая в настоящее время приходит на смену устаревшей технократической. Как известно, для технократической парадигмы основным мерилом успеха является материальный результат, например, объем продаж, прибыль и т.п. Для гуманистической парадигмы - и целью, и инструментом развития выступает человек, качество его жизни, степень развития и реализации его способностей в процессе общественного развития. Основу такого подхода составляет идеология служения. Очевидно, переход на новую парадигму развития требует формирования в коллективе (обществе) системы ценностных ориентаций, соответствующих ей. Отсюда еще одной отличительной чертой высокоэффективных организаций является то, что они уделяют большое внимание вопросам воспитания персонала, этике деловых отношений, корпоративной культуре.

Чем чаще происходят значимые изменения во внешней и внутренней среде, тем чаще предприятие, отрасль или государство в целом должны реагировать на эти изменения путем тех или иных нововведений, изменяя цели, функции и технологии, или структуру, и т.п., или и то, и другое, и третье одновременно. Чтобы представить, как во времени меняется динамичность внешней среды, рассмотрим влияние на нее только одного фактора – новых возможностей или угроз, обусловленных развитием науки и техники. Как известно, объем знаний, которыми владеет человечество, примерно удваивается каждые пять-семь лет, следовательно, каждые пять-семь лет удваивается и количество ситуаций, требующих адекватного реагирования фирмы. Все это приводит к возрастанию важности задач управления нововведениями и снижению относительной важности задач управления производством.

Очевидно, по мере развития рыночных отношений в нашей стране менеджеры все чаще и чаще будут сталкиваться с необходимостью решать принципиально новые для себя задачи управления нововведениями, управления развитием помимо традиционных и привычных задач управления производством. От того, насколько быстро они смогут адаптироваться к новым для себя условиям и научиться решать эти новые задачи, будет во многом зависеть состояние экономики нашей страны. При этом следует подчеркнуть, что абсолютное значение важности задач управления производством с течением времени также возрастает.

Деловые люди ожидают, что бизнес-образование даст не только знания, но и расширит профессиональные навыки. Специалисты должны иметь специальные знания и одновременно быть способными понимать систему в целом. Уровень образования будет пустым звуком до того времени, пока бизнес-образование не начнет развивать качества, необходимые для успешной работы в бизнесе.

В 2000 году американо-польско-украинский Консорциум по совершенствованию менеджмент-образования в Украине совместно с Международным институтом менеджмента провел исследование «Анализ потребностей украинских предприятий в бизнес-образовании на современном этапе развития экономики». Был сделан анализ 30 предприятий: 10 по производственной сфере и 20 по сфере услуг. Всего было обработано 125 анкет менеджеров трех уровней ответственности.

Анализ результатов опроса позволяет сделать следующие выводы:

1. В течение следующих пяти лет генеральные директора предприятий предвидят увеличение внимания ко всем компонентам бизнес-стратегии. Однако, по их мнению, задания управления человеческими ресурсами, развитием персонала станут первоочередными в реализации стратегии предприятий. Таким образом, предприятия пытаются включать вопросы развития кадров в свои перспективные стратегические планы, т.к. они понимают, что квалифициро-

ванный персонал в будущем может стать источником конкурентных преимуществ.

2. В настоящее время руководители предприятий обеспечивают функционирование своих компаний, полагаясь прежде всего, на собственные силы, знания и умения, а также привлекая узких специалистов для решения сложных специальных заданий.
3. Данные опроса подтверждают вывод о непонимании заданий и обязанностей менеджера по управлению персоналом на большинстве украинских предприятий, особенно в производственной сфере. Работа по развитию персонала осуществляется, как правило, только как часть определенного конкретного проекта.
4. Сейчас успех обучающей программы на предприятии и влияние на эффективность его работы, в основном, зависят от личности руководителя. В сложных современных экономических условиях именно генеральные директора наиболее часто становятся инициаторами проведения обучающих программ. На основе собственных представлений о насущных проблемах предприятия, своего опыта работы с обучающими организациями они определяют организацию – поставщика услуг образования. От генерального директора как личности, которая развивает и реализует общую стратегию развития предприятия, зависит успех внедрения результатов обучения: станут ли знания, умения, сформированные в результате обучения, составной частью общего квалификационного уровня предприятия, или останутся собственным приобретением участников обучения.
5. Задания учреждений бизнес-образования имеют две составляющие. Первая – предоставление качественных образовательных услуг в соответствии с потребностями предприятия. Вторая – формирование у менеджеров, прежде всего у руководителей предприятий – генеральных директоров, ясного понимания того, что обучение

персонала является не только возможностью решать насущные проблемы предприятия, но и должно стать неотъемлемой составляющей долгосрочной программы стратегии развития предприятия.

6. По оценкам руководителей, потребности предприятий в обучающих программах практически полностью сосредоточены на улучшении функциональных характеристик персонала. Эти программы дают не только теоретические знания и общие умения, но и совершенствуют умение решать конкретные актуальные проблемы предприятия.

Для создания кадров, способных решать не только конкретные задачи, но и предвидеть наиболее эффективные пути развития своего предприятия, необходимо, чтобы бизнес-образование получали студенты как экономических, так и технических специальностей.